



# Peningkatan Kreativitas KBA Tabek dalam Promosi Olahan Produk Melalui Pelatihan Desain Grafis dan Digital Printing

Yasdinul Huda<sup>\*)1</sup>, Elfi Tasrif<sup>2</sup>, Asrul Huda<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Departemen Teknik Elektronika, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Padang

<sup>\*)</sup>Corresponding author, ✉ [yasdinul5330@ft.unp.ac.id](mailto:yasdinul5330@ft.unp.ac.id)

Revisi 28/08/2025;  
Diterima 09/09/2025;  
Publish 15/09/2025

## Kata kunci:

Pendidikan dan pelatihan, ekonomi kreatif, desain grafis, digital printing, kemasan produk

## Abstrak

Pendidikan dan pelatihan menjadi salah satu upaya strategis dalam membantu masyarakat bangkit dan pulih pascadampak COVID-19. Kelompok ekonomi kreatif Jorong Tabek yang tergabung dalam Kampung Berseri Astra (KBA) merupakan salah satu komunitas terdampak dalam menggerakkan dan mempromosikan usaha ekonominya. Mitra belum memiliki kemasan produk dan souvenir (handicrafts) khas Tabek, serta promosi yang dilakukan belum mendapat sentuhan teknologi sehingga daya saing produk masih rendah, padahal produk olahan yang dihasilkan memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Program pengabdian kepada masyarakat Universitas Negeri Padang memberikan solusi berupa pendampingan dan pelatihan desain grafis serta digital printing untuk menghasilkan label kemasan dan media promosi yang menarik. Metode pelatihan dilaksanakan melalui pendekatan blended learning yang terdiri atas tahapan perancangan program sesuai kebutuhan mitra, pelatihan daring melalui Zoom, dan pelatihan luring berupa praktik langsung desain kemasan serta sablon digital. Kegiatan ini diikuti oleh 16 peserta dari 8 kelompok usaha dengan produk unggulan seperti gula aren, gula tebu, keripik talas, dan batik tangan Tabek. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman peserta tentang digital printing dari 29% menjadi 95%, serta 94% peserta menyatakan minat tinggi untuk mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh. Mayoritas peserta menilai kualitas materi dan kompetensi instruktur dalam kategori baik hingga sangat baik. Dengan demikian, pelatihan ini berhasil meningkatkan kreativitas dan keterampilan kelompok ekonomi kreatif KBA Tabek dalam mendesain kemasan produk secara mandiri, sehingga produk olahan lokal memiliki daya saing yang lebih baik di pasar.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author (s)

## PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 telah menciptakan guncangan ekonomi yang luar biasa di seluruh sektor, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang selama ini menjadi tulang punggung perekonomian nasional (OECD, 2020). Namun demikian, berbagai studi menunjukkan bahwa UMKM memiliki ketahanan yang relatif lebih baik dibandingkan usaha besar dalam menghadapi krisis. Pengalaman krisis moneter 1998 membuktikan bahwa UMKM mampu bertahan dan bahkan menyerap tenaga kerja dalam jumlah signifikan, yakni mencapai 57,34 juta orang (88,66%) di tengah tekanan inflasi dan defisit ekonomi (Muslimah, 2020; Nurlinda, Sari, & Fitriani, 2020). Ketahanan ini terutama bersumber dari fleksibilitas usaha, modal sosial yang kuat, serta orientasi pada pasar lokal (Tambunan, 2019).

Memasuki era digital, UMKM dihadapkan pada tantangan baru yang tidak kalah kompleks. Transformasi digital telah mengubah secara fundamental lanskap bisnis, termasuk pola interaksi dengan konsumen, strategi pemasaran, dan model distribusi produk (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Kurniawan dan Asharudin (2018) menegaskan bahwa adopsi teknologi informasi menjadi prasyarat utama bagi UMKM untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasarnya. Lebih lanjut, Alford dan Page (2015) dalam studinya tentang adopsi teknologi pemasaran menemukan bahwa usaha kecil yang mengintegrasikan teknologi digital dalam strategi pemasarannya menunjukkan kinerja bisnis yang lebih baik. Rowan (2002) sejak awal abad ini telah memprediksi bahwa internet akan mengubah relasi antara pembeli dan penjual, menciptakan aliran informasi yang lebih setara, serta menghilangkan berbagai hambatan geografis dalam transaksi komersial.

Salah satu aspek krusial dalam adopsi teknologi digital pada UMKM adalah kemampuan menciptakan kemasan produk yang menarik dan profesional. Kemasan tidak lagi sekadar berfungsi sebagai wadah pelindung produk, melainkan telah menjadi media komunikasi visual yang menentukan persepsi kualitas dan keputusan pembelian konsumen (Kotler & Keller, 2016). Klimchuk dan Krasovec (2013) menjelaskan bahwa desain kemasan yang efektif mampu membangun identitas merek, menyampaikan nilai produk, dan menciptakan diferensiasi di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Dalam konteks UMKM pangan olahan, kemasan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan nilai tambah dan perluasan akses pasar (Simanjuntak, Siregar, & Suryana, 2021).

Di sisi lain, keterbatasan akses terhadap teknologi digital printing dan keterampilan desain grafis masih menjadi hambatan struktural yang dihadapi sebagian besar UMKM di daerah (Bank Indonesia, 2020). Padahal, teknologi digital printing menawarkan fleksibilitas produksi dalam jumlah kecil, biaya relatif terjangkau, serta kecepatan produksi yang sesuai dengan skala usaha mikro (Thompson, 2018). Berbagai intervensi pelatihan dan pendampingan terbukti efektif meningkatkan kapasitas UMKM dalam mengadopsi teknologi tersebut (Maryani, Hidayat, & Suherman, 2021; Nurcahyadi, 2020).

## Analisis Situasi

Kelompok ekonomi kreatif Kampung Berseri Astra (KBA) di Jorong Tabek, Nagari Talang Babungo, Kabupaten Solok, merupakan representasi tipikal UMKM pedesaan dengan potensi besar namun terhambat oleh keterbatasan kapasitas teknologi dan desain. KBA Tabek adalah program kolaborasi antara masyarakat dan PT Astra Internasional Tbk yang bertujuan memberdayakan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal. Kelompok ini mengolah berbagai komoditas pertanian lokal menjadi produk bernilai tambah seperti gula semut aren, gula tebu, keripik talas, serta batik tangan khas Tabek.



a. Map Kampung Berseri Astra, View dari rumah pintar di Jorong Tabek, Pusat Pemerintahan Nagari Talang Babungo



b. Tim pengabdian UNP, Kasri Satra/Narasumber sebagai Pimpinan Kampung Berseri Astra dan Pimpinan UNP

**Gambar 1.** Survei awal dan konsolidasi dengan mitra (a) Map KBA, (b) Diskusi dengan Pimpinan KBA

Berdasarkan hasil survei awal dan konsolidasi dengan mitra yang dipimpin oleh Bapak Kasri Sastra pada bulan Agustus 2022, diidentifikasi beberapa permasalahan utama. Pertama, pengemasan produk masih dilakukan secara sangat sederhana—menggunakan plastik polos tanpa label, atau label cetak seadanya tanpa sentuhan desain profesional. Akibatnya, produk-produk tersebut kurang mampu bersaing dengan produk sejenis dari daerah lain yang telah hadir dengan kemasan lebih atraktif dan informatif. Kedua, mitra belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam mendesain kemasan menggunakan perangkat lunak desain grafis. Ketiga, mitra belum mengenal teknologi digital printing sebagai solusi produksi kemasan dalam skala kecil dengan biaya terjangkau.

Kondisi ini sejalan dengan temuan Setiawati dan Widyartati (2017) yang menyatakan bahwa rendahnya adopsi teknologi pemasaran dan desain menjadi penyebab utama stagnasi usaha mikro di Indonesia. Padahal, dengan sentuhan desain grafis yang tepat dan pemanfaatan digital printing, produk-produk lokal memiliki peluang besar untuk menembus pasar yang lebih luas, termasuk melalui platform e-commerce yang saat ini tumbuh sangat pesat (Purnomo, Susanti, & Rosyidah, 2020; Laudon & Traver, 2020).

### Permasalahan Mitra

Berdasarkan analisis situasi yang telah dijelaskan, Kelompok Ekonomi Kreatif KBA Tabek membutuhkan bantuan atau perhatian untuk dapat meningkatkan daya saing produknya. Ada dua aspek yang akan diatasi melalui usulan PKM ini yaitu aspek produksi (kemasan) dan aspek pemasaran.

1. Pada aspek produksi kemasan, Kelompok Ekonomi Kreatif KBA Tabek membutuhkan bantuan pelatihan dan pendampingan dalam mendesain kemasan produk yang menarik dan sesuai dengan selera pasar saat ini. Mitra belum memiliki keterampilan dalam mengoperasikan perangkat lunak desain grafis seperti Corel Draw atau Photoshop. Mitra juga belum mengenal teknologi digital printing untuk memproduksi label kemasan secara mandiri. Pada kondisi saat ini UMKM dituntut untuk memanfaatkan teknologi dalam

menjalankan usaha serta meningkatkan kreativitas mereka untuk dapat menyesuaikan diri dengan kondisi dan permintaan pasar (Dewi, 2020; Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017).

2. Pada aspek pemasaran, mitra belum memiliki media promosi visual yang menarik untuk memasarkan produknya. Produk olahan KBA Tabek dipasarkan masih secara tradisional dari mulut ke mulut dan belum memanfaatkan kanal digital. Mitra juga belum memiliki akun media sosial atau marketplace yang dapat digunakan untuk memperluas jangkauan pasar. Strategi pemasaran yang baik tentu akan menjadi salah satu kunci sukses keberhasilan dalam bisnis agar dapat meningkatkan penjualan dan menciptakan brand yang lekat di hati pelanggan (Kannan & Hongshuang, 2016; Purwana et al., 2017).

Selain terkait dengan penyelesaian permasalahan mitra, kegiatan PKM ini juga bertujuan untuk mendukung pencapaian IKU UNP diantaranya: 1) mahasiswa mendapat pengalaman di luar kampus khususnya kegiatan pengabdian masyarakat yang dapat dikonversi setara dengan maksimal 20 sks; 2) IKU 3 dosen berkegiatan di luar kampus khusus menjadi pelatih dan fasilitator masyarakat di Jorong Tabek, Kabupaten Solok; dan 3) IKU 5 hasil kerja dosen digunakan oleh masyarakat berupa berbagai teknologi digital printing yang nanti dapat dimanfaatkan oleh mitra.

### **Solusi dan Target**

Untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh Kelompok Ekonomi Kreatif KBA Tabek, dijelaskan solusi sebagai berikut:

1. Tim PKM akan memberikan pelatihan dan pendampingan desain grafis. Mitra akan dilatih dan diperkenalkan dengan dasar-dasar desain grafis menggunakan perangkat lunak Corel Draw dan Photoshop. Pelatihan ini akan diberikan secara blended learning: secara daring melalui Zoom untuk penyampaian teori, dan secara luring untuk praktik langsung mendesain kemasan produk. Pelatihan akan diberikan oleh dosen dari Departemen Teknik Elektronika, Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang yang memiliki kompetensi di bidang desain grafis dan digital printing.
2. Memberikan pelatihan dan pendampingan digital printing. Mitra akan dilatih untuk memproduksi label kemasan dan media promosi lainnya menggunakan teknologi digital printing. Pelatihan mencakup teknik sablon digital pada berbagai media seperti kaos, mug, dan gantungan kunci sebagai produk turunan (handicrafts) khas Tabek.
3. Memberikan pendampingan pascapelatihan. Tim PKM akan terus memantau dan mendampingi mitra dalam mengimplementasikan keterampilan yang telah diperoleh, termasuk evaluasi terhadap desain kemasan yang dihasilkan.

### **Target Luaran**

Sejalan dengan panduan tujuan Program Kemitraan Masyarakat, target luaran dari kegiatan ini adalah:

1. Peningkatan kualitas kemasan produk dan diversifikasi produk kreatif KBA Tabek. Mitra memiliki pengetahuan dan keterampilan desain grafis serta mampu menghasilkan minimal 5 desain kemasan baru untuk produk unggulan (gula aren, gula tebu, keripik talas, jahe instan, dan batik tangan Tabek).
2. Mitra memiliki keterampilan mengoperasikan teknologi digital printing untuk memproduksi label kemasan dan media promosi secara mandiri.
3. Mitra memiliki akun di media sosial atau marketplace yang dapat membantu dalam memasarkan produk secara online dan menjangkau masyarakat yang lebih luas.
4. Peningkatan omzet usaha mitra minimal 30% dalam kurun waktu 6 bulan pascapelatihan.

## METODE PELAKSANAAN

### Tempat dan Waktu

Kegiatan pelatihan dilaksanakan secara blended learning. Pelatihan daring dilaksanakan pada tanggal 4 September 2022 melalui platform Zoom, sedangkan pelatihan luring dilaksanakan pada tanggal 11 September 2022 bertempat di ruang kelas MIS Tabek, Jorong Tabek, Nagari Talang Babungo, Kabupaten Solok, Sumatera Barat. Waktu pelaksanaan kegiatan secara keseluruhan yaitu dari bulan Agustus sampai September 2022.

### Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran pada kegiatan ini adalah Kelompok Ekonomi Kreatif Kampung Berseri Astra (KBA) Jorong Tabek yang beranggotakan 16 orang perwakilan dari 8 kelompok usaha. Peserta terdiri dari para pelaku UMKM yang mengolah produk unggulan lokal seperti gula semut aren, gula tebu, keripik talas, jahe dan temulawak instan, olahan beras, serta batik tangan khas Tabek.

**Tabel 1.** Data Peserta Pelatihan

| No | Nama Peserta      | Produk Olahan           | Kelompok Usaha       |
|----|-------------------|-------------------------|----------------------|
| 1  | Pelni Eliza       | Gula Semut Aren         | Kelompok Aren 1      |
| 2  | Desi Aziza        | Gula Semut Aren         | Kelompok Aren 1      |
| 3  | Hesti Wahyuni     | Gula Semut Cetak        | Kelompok Aren 2      |
| 4  | Werda Tati        | Gula Semut Cetak        | Kelompok Aren 2      |
| 5  | Lira Elwiska      | Gula Tebu               | Kelompok Tebu 1      |
| 6  | Gusti Afrida      | Gula Tebu               | Kelompok Tebu 1      |
| 7  | Wirdatil Husna    | Jahe, Temulawak, Kunyit | Kelompok Empon-empon |
| 8  | Elvi Yuliana      | Jahe, Temulawak, Kunyit | Kelompok Empon-empon |
| 9  | Alhadisya Rahman  | Keripik Talas           | Kelompok Keripik     |
| 10 | Hasrawati         | Keripik Talas           | Kelompok Keripik     |
| 11 | Yuhelmiwati       | Olahan Beras            | Kelompok Beras       |
| 12 | Yesi Purnama Sari | Olahan Beras            | Kelompok Beras       |
| 13 | Husmirna          | Batik Tangan Tabek      | Kelompok Batik       |
| 14 | Sabdi Rahman      | Batik Tangan Tabek      | Kelompok Batik       |
| 15 | Yose Marta Iryon  | Kebutuhan Harian        | Kelompok Serba Guna  |
| 16 | Risa Ramadhani    | Kebutuhan Harian        | Kelompok Serba Guna  |

### Metode Pengabdian

Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah pendekatan blended learning yang mengkombinasikan pembelajaran daring dan luring dengan metode ceramah, demonstrasi, diskusi, tanya jawab, dan praktik langsung (Garrison & Vaughan, 2008). Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi :

#### 1. Tahap Persiapan dan Konsolidasi

Tim pengabdian melakukan survei awal dan konsolidasi dengan mitra pada bulan Agustus 2022. Dari konsolidasi tersebut diperoleh kesepakatan mengenai: (a) penyediaan tempat pelatihan luring di ruang kelas MIS Tabek; (b) dukungan sumber daya manusia dari kelompok ekonomi kreatif; (c) penyediaan sarana dan prasarana seperti ruang pelatihan, akses internet, proyektor, dan konsumsi; (d) koordinasi administratif dan komunikasi dengan seluruh mitra.

#### 2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan dalam dua bentuk:

- a. Pelatihan Daring (4 September 2022) : Materi diberikan melalui platform Zoom, meliputi pengenalan dasar desain grafis, peluang bisnis digital printing, dan pengenalan aplikasi Corel Draw serta Photoshop.
- b. Pelatihan Luring (11 September 2022) : Kegiatan tatap muka difokuskan pada praktik langsung desain kemasan produk menggunakan perangkat lunak Corel Draw, serta praktik sablon digital pada media kaos, mug, dan gantungan kunci.

### 3. Tahap Pendampingan

Setelah pelatihan, tim pengabdian melakukan pendampingan jarak jauh melalui grup WhatsApp untuk memonitor perkembangan mitra dalam mendesain kemasan produk serta membantu mengatasi kendala teknis yang dihadapi.

### Indikator Keberhasilan

Indikator Keberhasilan dari kegiatan ini adalah :

1. Mitra mampu memahami konsep dasar desain grafis dan digital printing.
2. Mitra mampu mengoperasikan perangkat lunak desain grafis (Corel Draw) untuk mendesain kemasan produk.
3. Mitra mampu memproduksi label kemasan dan media promosi menggunakan teknologi digital printing.
4. Mitra memiliki minimal 5 desain kemasan baru untuk produk unggulan.
5. Terjadi peningkatan pemahaman peserta minimal 50% antara sebelum dan sesudah pelatihan.

### Metode Evaluasi

Untuk mengetahui sejauhmana tujuan dapat dicapai maka diadakan evaluasi. Evaluasi dilakukan dalam tiga tahap yang meliputi evaluasi persiapan, evaluasi proses, dan evaluasi hasil.

1. **Evaluasi input (pretest)** , dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui Google Form sebelum pelatihan untuk mengetahui sejauhmana pemahaman awal peserta terkait dengan desain grafis dan digital printing.
2. **Evaluasi proses**, dilakukan selama pelatihan dengan cara melihat keterlibatan, antusiasme, motivasi, dan kreativitas peserta mengikuti kegiatan. Hal ini penting dilakukan untuk mengevaluasi keberhasilan program melalui observasi dan diskusi.
3. **Evaluasi hasil (posttest)** , dilakukan pada akhir proses pelatihan dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta, minat implementasi, serta penilaian terhadap kualitas materi dan kompetensi instruktur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Pelaksanaan Kegiatan

1. Pelatihan Daring (4 September 2022)  
Kegiatan pelatihan daring dilaksanakan melalui platform Zoom dan diikuti oleh seluruh 16 peserta. Materi yang disampaikan meliputi: (a) pengenalan desain grafis dan ruang lingkupnya; (b) peluang bisnis digital printing di era digital; (c) pengenalan antarmuka dan tools dasar Corel Draw; (d) teknik dasar membuat desain label kemasan. Peserta mengikuti sesi daring dengan antusias, terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan terkait teknis pembuatan desain.
2. Pelatihan Luring (11 September 2022)



Kegiatan pelatihan luring dilaksanakan di ruang kelas MIS Tabek, Jorong Tabek. Kegiatan ini dibuka oleh ketua pelaksana dan ketua KBA Tabek. Pelatihan difokuskan pada praktik langsung mendesain kemasan produk menggunakan Corel Draw, dilanjutkan dengan praktik sablon digital. Setiap peserta didampingi oleh instruktur dalam proses mendesain label kemasan untuk produk masing-masing. Dokumentasi kegiatan pelatihan dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 2.** Sambutan Ketua Pelaksana



**Gambar 3.** Suasana Pelatihan Desain Grafis



**Gambar 4.** Praktik Desain Kemasan

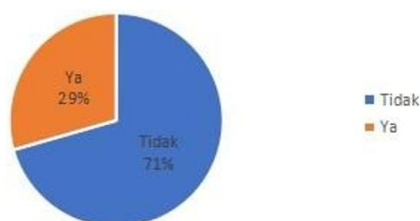


**Gambar 5.** Praktik Sablon Digital

Evaluasi terhadap peningkatan pemahaman peserta dilakukan melalui pretest dan posttest menggunakan kuesioner Google Form. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan yang signifikan.

**Sebelum pelatihan**, hanya 29% peserta yang mengetahui dan memahami apa yang dimaksud dengan digital printing. Mayoritas peserta (71%) belum pernah mendengar atau tidak memahami konsep digital printing dan aplikasinya dalam kemasan produk.

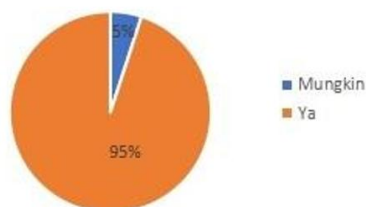
Apakah bapak/ibu mengetahui apa itu Digital Printing?



**Gambar 6.** Hasil Survei Awal Pemahaman tentang Digital Printing

**Setelah pelatihan**, terjadi peningkatan pemahaman yang sangat signifikan. Sebanyak 95% peserta menyatakan memahami konsep dasar digital printing dan mampu melakukan desain kemasan produk secara mandiri menggunakan perangkat lunak desain grafis.

Setelah mengikuti kegiatan ini, apakah bapak/ibu memahami Digital Printing dan mampu melakukan desain kemasan produk ?



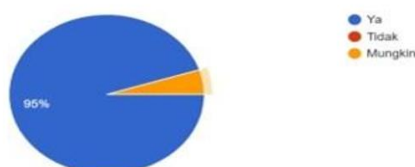
**Gambar 7.** Hasil Survei Pascapelatihan

Peningkatan pemahaman dari 29% menjadi 95% ini menunjukkan efektivitas metode pelatihan blended learning yang diterapkan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Graham (2019) dan Huda, Tasrif, & Huda (2021) yang menyatakan bahwa kombinasi pembelajaran daring dan luring mampu meningkatkan hasil belajar keterampilan teknis secara optimal.

#### Minat Implementasi

Terkait dengan minat peserta dalam mengimplementasikan desain kemasan produk, hampir semua peserta menyatakan minat yang tinggi. Sebanyak 94% peserta menyatakan berminat untuk mengimplementasikan keterampilan desain grafis dan digital printing yang telah diperoleh untuk mengembangkan kemasan produk mereka. Hanya 6% peserta yang masih ragu, terutama terkait dengan ketersediaan perangkat dan akses internet untuk praktik mandiri.

Setelah bapak/ibu memahami desain kemasan produk, apakah berminat mengimplementasikannya?



**Gambar 8.** Minat Peserta dalam Implementasi Digital Printing untuk Desain Kemasan Produk

Tingginya minat implementasi ini menunjukkan bahwa materi pelatihan relevan dengan kebutuhan riil mitra. Sebagaimana dikemukakan Knowles, Holton, dan Swanson (2015), pembelajaran orang dewasa akan efektif jika materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan dan dapat segera diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

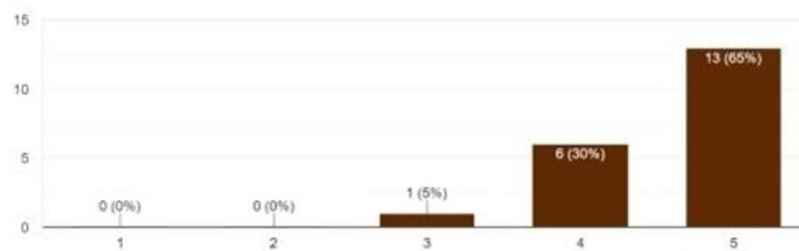
#### Penilaian terhadap Materi dan Instruktur

Evaluasi juga dilakukan terhadap kualitas materi pelatihan dan kompetensi instruktur. Hasil evaluasi menunjukkan:

1. Penilaian terhadap Materi Pelatihan:
  - a. 85% peserta menilai materi pelatihan dalam kategori sangat baik
  - b. 15% peserta menilai materi pelatihan dalam kategori baik
  - c. Tidak ada peserta yang menilai materi dalam kategori cukup, kurang, atau sangat kurang



### Bagaimana Penilaian bapak/ibu terkait materi pelatihan Digital Printing?

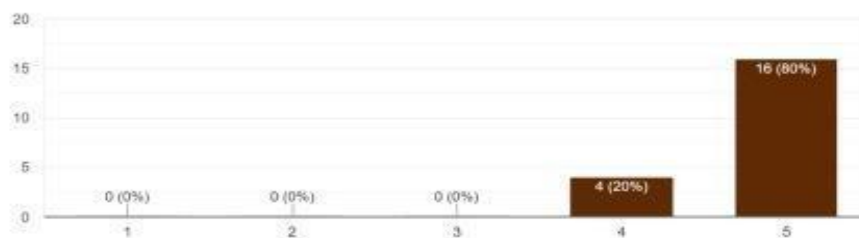


**Gambar 9.** Penilaian terhadap Materi Pelatihan Digital Printing

2. Penilaian terhadap Instruktur:
  - a. Penampilan instruktur: 88% peserta menilai sangat baik, 12% menilai baik
  - b. Penguasaan materi: 92% peserta menilai instruktur sangat menguasai materi, 8% menilai baik

### Apakah Instruktur memiliki performa yang baik dalam menyampaikan materi?

20 tanggapan



### Apakah Instruktur pelatihan menguasai materi digital printing dalam mendesain kemasan produk ?

20 tanggapan



**Gambar 10.** Penilaian terhadap Instruktur

Penilaian positif terhadap materi dan instruktur ini mencerminkan kepuasan peserta terhadap kualitas penyelenggaraan kegiatan. Hal ini menjadi modal penting untuk keberlanjutan program serupa di masa depan.

### Capaian Luaran

Berdasarkan evaluasi hasil pelatihan, capaian luaran kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.** Capaian Target Luaran

| No | Target Luaran                                                 | Capaian           | Keterangan                      |
|----|---------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------------------|
| 1  | Mitra memahami konsep desain grafis dan digital printing      | 95% peserta paham | Tercapai                        |
| 2  | Mitra mampu mengoperasikan Corel Draw untuk desain kemasan    | 87% peserta mampu | Tercapai                        |
| 3  | Mitra mampu memproduksi label kemasan dengan digital printing | 81% peserta mampu | Tercapai                        |
| 4  | Jumlah desain kemasan baru yang dihasilkan                    | 8 desain          | Melebihi target (5 desain)      |
| 5  | Mitra memiliki akun media sosial/marketplace                  | 12 peserta        | Dalam proses pendampingan       |
| 6  | Peningkatan omzet                                             | Belum terukur     | Evaluasi 6 bulan pascapelatihan |

## Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan desain grafis dan digital printing bagi Kelompok Ekonomi Kreatif KBA Tabek secara umum berjalan dengan baik dan lancar. Keberhasilan kegiatan ini tidak terlepas dari beberapa faktor pendukung.

Pertama, dukungan penuh dari mitra dalam hal fasilitas dan koordinasi. Kelompok KBA Tabek menyediakan ruang kelas MIS Tabek yang representatif untuk pelatihan luring, lengkap dengan akses listrik dan internet. Ketua kelompok juga aktif mengoordinasikan peserta dan memastikan kehadiran seluruh anggota.

Kedua, pendekatan blended learning yang diterapkan terbukti efektif untuk pelatihan keterampilan teknis di masa pascapandemi. Sesi daring efektif untuk penyampaian teori dan konsep dasar, sementara sesi luring memberikan kesempatan praktik langsung dengan pendampingan intensif dari instruktur. Hal ini sejalan dengan temuan Garrison dan Vaughan (2008) bahwa blended learning mengoptimalkan keunggulan pembelajaran daring dan tatap muka.

Ketiga, relevansi materi dengan kebutuhan mitra. Pelatihan desain kemasan merupakan kebutuhan mendesak yang dirasakan langsung oleh mitra. Hal ini terlihat dari antusiasme peserta selama mengikuti pelatihan dan tingginya minat untuk mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh.

Keempat, kompetensi instruktur yang memadai. Instruktur memiliki latar belakang pendidikan dan pengalaman praktis di bidang desain grafis dan digital printing, sehingga mampu menyampaikan materi secara sistematis dan menjawab berbagai pertanyaan teknis dari peserta.

Meskipun secara umum berhasil, terdapat beberapa kendala yang ditemui selama pelaksanaan kegiatan. Pertama, keterbatasan perangkat komputer/laptop yang dimiliki mitra untuk praktik mandiri. Sebagian besar peserta hanya memiliki smartphone dan tidak memiliki laptop/komputer dengan spesifikasi yang memadai untuk menjalankan Corel Draw. Solusi yang diberikan adalah penggunaan aplikasi desain berbasis web yang lebih ringan seperti Canva sebagai alternatif. Kedua, koneksi internet yang tidak stabil di lokasi pelatihan saat sesi daring, sehingga beberapa peserta mengalami kendala dalam mengikuti materi secara real-time. Solusinya adalah perekaman sesi daring dan materi disebarkan melalui grup WhatsApp.

Dari sisi capaian, kegiatan ini berhasil melampaui target luaran minimal 5 desain kemasan baru. Peserta berhasil menghasilkan 8 desain kemasan untuk berbagai produk unggulan KBA

Tabek. Desain-desain ini kemudian dicetak menggunakan teknologi digital printing dan diaplikasikan pada kemasan produk. Hal ini menunjukkan bahwa dengan intervensi pelatihan yang tepat sasaran, kelompok UMKM pedesaan mampu mengadopsi teknologi dan meningkatkan kualitas produknya secara mandiri.

Implikasi lebih luas dari kegiatan ini adalah berkontribusi pada upaya pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. Dengan kemasan yang lebih menarik dan profesional, produk olahan KBA Tabek diharapkan mampu bersaing di pasar yang lebih luas, tidak hanya pasar lokal tetapi juga melalui kanal pemasaran digital. Hal ini sejalan dengan strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat pascapandemi yang menekankan pada penguatan kapasitas UMKM dan adopsi teknologi digital (Nurchayadi, 2020; Bank Indonesia, 2020).

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat "Peningkatan Kreativitas Kelompok Ekonomi Kreatif KBA Tabek dalam Promosi Produk Olahan melalui Pelatihan Desain Grafis dan Digital Printing" telah terlaksana dengan baik serta mampu memberikan manfaat bagi mitra sasaran. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan pengetahuan dan keterampilan baru pada Kelompok Ekonomi Kreatif KBA Tabek dalam mendesain kemasan produk dan memproduksi label kemasan dengan teknologi digital printing.

Beberapa kesimpulan yang dapat ditarik dari kegiatan ini adalah:

1. Metode blended learning yang mengkombinasikan pelatihan daring dan luring terbukti efektif untuk meningkatkan keterampilan desain grafis dan digital printing. Hal ini ditunjukkan dengan peningkatan pemahaman peserta dari 29% menjadi 95%.
2. Tingginya minat implementasi (94%) menunjukkan bahwa materi pelatihan relevan dengan kebutuhan riil mitra dan peserta termotivasi untuk mengaplikasikan keterampilan yang diperoleh dalam pengembangan usaha mereka.
3. Capaian luaran melebihi target, dengan dihasilkannya 8 desain kemasan baru untuk produk unggulan KBA Tabek. Mitra juga telah memiliki pengetahuan dan keterampilan dasar untuk memproduksi label kemasan secara mandiri menggunakan teknologi digital printing.
4. Faktor pendukung keberhasilan kegiatan meliputi dukungan penuh mitra, pendekatan pelatihan yang tepat, relevansi materi dengan kebutuhan, dan kompetensi instruktur yang memadai.

Dengan keterampilan baru ini, Kelompok Ekonomi Kreatif KBA Tabek diharapkan mampu mengembangkan usahanya dan menjadi salah satu penggerak ekonomi kreatif yang diandalkan di Jorong Tabek, Nagari Talang Babungo, Kabupaten Solok. Produk olahan lokal dengan kemasan yang menarik dan profesional diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan nilai jual produk, serta memperluas jangkauan pasar melalui kanal pemasaran digital.

Untuk keberlanjutan program, direkomendasikan beberapa tindak lanjut: (1) pendampingan berkelanjutan dalam pengembangan desain kemasan yang lebih variatif; (2) pelatihan lanjutan tentang fotografi produk dan copywriting untuk mendukung pemasaran digital; (3) fasilitasi akses mitra terhadap perangkat keras (laptop/komputer) dan perangkat digital printing; (4) kolaborasi dengan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Solok untuk memperluas akses pasar dan permodalan

---

**REFERENSI**

- Adriani, L. R., & Prasetya, I. (2017). *Profil konsumen di Indonesia untuk online shop produk fashion* [Laporan Penelitian]. Universitas Airlangga.
- Alford, P., & Page, S. J. (2015). Marketing technology for adoption by small business. *The Service Industries Journal*, 35(11-12), 655-669. <https://doi.org/10.1080/02642069.2015.1062884>
- Bank Indonesia. (2020). \*Laporan perkembangan UMKM di masa pandemi COVID-19\*. Bank Indonesia.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
- Dewi, C. M. (2020). Pemanfaatan teknologi bagi UMKM selama Covid-19. *Jurnal Mozaik*, 12(2), 45-56.
- Garrison, D. R., & Vaughan, N. D. (2008). *Blended learning in higher education: Framework, principles, and guidelines*. Jossey-Bass.
- Graham, C. R. (2019). Current research in blended learning. In M. G. Moore & W. C. Diehl (Eds.), *Handbook of distance education* (4th ed., pp. 173-188). Routledge.
- Huda, A., Tasrif, E., & Huda, Y. (2021). Peningkatan kompetensi desain grafis bagi komunitas ekonomi kreatif melalui pendekatan blended learning. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 27(3), 212-221.
- Kannan, P. K., & Hongshuang, L. (2016). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22-45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2013). *Packaging design: Successful product branding from concept to shelf* (2nd ed.). Wiley.
- Knowles, M. S., Holton, E. F., & Swanson, R. A. (2015). *The adult learner: The definitive classic in adult education and human resource development* (8th ed.). Routledge.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kurniawan, A., & Asharudin, O. (2018). Peran teknologi informasi dalam pengembangan UMKM di era digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 20(2), 123-135.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). \*E-commerce 2020: Business, technology, society\* (16th ed.). Pearson.
- Liputan 6. (2020). *Danau Maninjau 'Cantik dari Luar, Busuk di Dalam', apa solusinya?* Diakses dari <https://www.liputan6.com/regional/read/4333115/danau-maninjau-cantik-dari-luar-busuk-di-dalam-apa-solusinya> pada 2 Februari 2022.
- Maryani, T., Hidayat, R., & Suherman, A. (2021). Efektivitas pelatihan desain kemasan berbasis digital printing dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 18(1), 45-56.
- Muslimah, S. (2020). Ketahanan UMKM dalam menghadapi krisis ekonomi: Studi kasus krisis 1998 dan pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 15(1), 45-58.
-

- 
- Nurchayadi, T. (2020). Strategi pemulihan UMKM pasca pandemi COVID-19 melalui pendekatan pendidikan dan pelatihan berbasis komunitas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 112-125.
- Nurlinda, I., Sari, M., & Fitriani, F. (2020). Dampak pandemi COVID-19 terhadap UMKM dan strategi bertahan berbasis kearifan lokal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 201-215.
- OECD. (2020). \*Coronavirus (COVID-19): SME policy responses\*. OECD Publishing.
- Peraturan Daerah Kabupaten Agam Nomor 5 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Kelestarian Kawasan Danau Maninjau.
- Purnomo, A., Susanti, T., & Rosyidah, E. (2020). Pemanfaatan e-commerce bagi UMKM di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(2), 145-158.